



POSTGRADO EN
DIRECCIÓN DE MARKETING

HORARIO INTENSIVO – MODALIDAD ONLINE



Descripción general del programa

Este programa de alta calidad abarca temas desde la investigación de mercados y el comportamiento del consumidor, hasta las estrategias promocionales. En el postgrado y en vista de lo dinámico del mundo de negocios actual, se estudia el desarrollo de nuevos productos y el mercadeo internacional; se culmina el mismo integrando todo el contenido en la Gerencia de Ventas y Mercadeo.

Consistente a su carácter moderno e integrado, el postgrado es impartido tanto por catedráticos nacionales como por catedráticos internacionales con una amplia experiencia gerencial y con sólidas bases académicas.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar profesionales altamente calificados en el área del mercadeo, brindándoles las herramientas gerenciales necesarias para que en un ambiente altamente competido y de consumidores exigentes, puedan consolidar ventajas competitivas sostenibles en sus organizaciones.

DIRIGIDO A

Profesionales que se desempeñan en el área de mercadeo como director, gerente o jefe y aquellos que están involucrados en una actividad que requiere sólidos conocimientos de mercadeo.



METODOLOGÍA

El proceso de enseñanza-aprendizaje comprenderá talleres, estudio de casos, videos, ejercicios sobre experiencia profesional y discusiones temáticas. Cada catedrático desarrollará los sistemas de evaluación de participantes a la medida del módulo correspondiente, diseñará estrategias de enseñanza-aprendizaje, y propondrá lecturas y tareas para evaluar a los estudiantes.



MESES
A SER IMPARTIDO

**FEBRERO
A JUNIO
2022**



DURACIÓN
EN HORAS

**180
HORAS**



CUOTAS
(6 CUOTAS)

\$225
INVERSIÓN TOTAL
\$1,350



REQUISITOS

**Poseer título
universitario
de cualquier
carrera**

INCLUYE:

Graduación online.
E-Diploma de ISEADE-FEPADE, protegido con tecnología blockchain mediante un Código Seguro de Verificación (CSV).

Fechas de clases:

Febrero: 4, 11, 18 y 25
Marzo: 4, 11, 18 y
25 (examen final)

Horario:

6:30 pm – 9:00 pm

Descripción

Desarrollar en el estudiante, el conocimiento y entendimiento del ambiente de la comercialización de los conceptos y de las herramientas globales, además de brindarle la teoría que le prepare para tomar la responsabilidad de la penetración de mercados globales exitosamente en su organización.

Temas a desarrollar:

1. Investigando el mercado internacional
2. El plan de marketing internacional paso a paso
3. Logística internacional: INCOTERMS y aspectos logísticos
4. Estrategias internacionales de precios, promoción, comunicación y canales de ventas
5. Selección de socios comerciales y negociación internacional.

Director Ejecutivo de PRAXIS-CORP, experto en Estrategia y Marketing Internacional. Certificado como experto en Gestión Empresarial por el Centro de Comercio Internacional de Naciones Unidas. Máster en Dirección y Administración de Empresas e Ingeniero Industrial de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador.

MÓDULO I MERCADERO INTERNACIONAL



**MASTER
JOSÉ ALFONSO
LAÍNEZ**

El Salvador

Fechas de clases:

Febrero: 5, 12, 19 y 26
Marzo: 5, 12, 19 y
26 (examen final)

Horario:

7:00 am – 9:30 am

Descripción

Analizar el comportamiento del consumidor, orientado al desarrollo de la capacidad de análisis en sus acciones, directamente implicadas con la obtención, consumo y uso de bienes y servicios, incluyendo el proceso de decisión correspondiente.

Temas a desarrollar:

1. Necesidades y motivaciones de los consumidores
2. Segmentación de mercados: tipos y análisis de mercados
3. Personalidad y comportamiento del consumidor: tipologías de la personalidad
4. Desarrollo de productos y servicios acordes al consumidor
5. Análisis del mercado, la competencia y el consumidor
6. Influencia personal y el proceso de liderazgo de opinión.

Consultor Marketing and Planning. Doctor en Business Administration, Atlantic International University, EE. UU. MBA, University of Southern Mississippi, EE. UU. Licenciatura en Economía, Utah State University, EE. UU.

MÓDULO II COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR



**DOCTOR
ERNESTO
MONTALVO**

El Salvador

Fechas de clases:

Abril: 1, 8, 22 y 29

Mayo: 6, 13, 20 y 27 (examen final)

Horario:

6:30 pm – 9:30 pm

Descripción

La perspectiva de este módulo es de hacer una inmersión de los participantes en el nuevo consumidor, con las nuevas herramientas de marketing para la promoción de una marca. No es posible seguir tratando al consumidor con herramientas que se inventaron antes de la era digital. Es por ello que la creación y desarrollo de nuevos productos no se puede ver como algo aislado al cliente/consumidor, sino como algo intrínseco a los nuevos medios, hábitos, tecnologías, etc.

Temas a desarrollar:

1. ¿Cómo competir con éxito en la era actual? 10 verdades del marketing, comunicación para el nuevo consumidor
2. El Neuromarketing: qué es y no es, fundamentos, neuromarketing vrs marketing, proceso de toma de decisiones
3. El marketing experiencial - Diseñando experiencias
4. Herramientas para la creación de experiencias de marketing.

Socio y Director de Consumer Understanding de ROCHI, agencia de inteligencia de mercado con operaciones en Centroamérica; Director de EL LABORATORIO, agencia de marketing experiencial. Global MBA de Thunderbird School of Global Management y el Instituto Técnico y de Estudios Superiores de Monterrey. Licenciado en Comunicación Estratégica de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera; Catedrático de Maestría y Post Grado, Seminarista y Conferencista de ISEADE- FEPADE. Cuenta con 24 años de experiencia en marketing, planning y estrategia

MÓDULO III

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES



MASTER RAÚL PANIAGUA

El Salvador

Fechas de clases:

Abril: 2, 9, 23 y 30

Mayo: 7, 14, 21 y 28 (examen final)

Horario:

7:00 am – 9:30 am

Descripción

La materia es un curso práctico orientado específicamente a que el estudiante pueda vivenciar la experiencia de conducir una investigación de mercado desarrollando todas sus fases, desde la definición de los objetivos y las necesidades de información hasta el diseño de la metodología, la recolección, el análisis de datos y la elaboración del informe final.

Temas a desarrollar:

1. Análisis del Entorno
2. Metodología para crear Mapas de Valor Percibido
3. Entendiendo el comportamiento del cliente
4. Proceso de Investigación de Mercados
5. Planificación de la Investigación de mercado.

CEO y Fundador de Marketing Plus, agencia de Customer Intelligence e Investigación de Mercados, Master en Investigación de Mercados, Madrid (España), 2000. Certificación como experto en Customer Experience (CXDT), Customer Experience Institute, CXLA, Perú, 2020. Consultor entrenado por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados (AMAI), México. 2006. Master en Administración de Empresas ISEADE 1999. Licenciado en Mercadeo, Universidad Dr José Matías Delgado 1996.

MÓDULO IV

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



MASTER GERARDO MACHUCA

El Salvador

Fechas de clases:

Abril: 23 y 30

Mayo: 7, 14, 21 y 28

Junio: 4 y 11 (examen final)

Horario:

10:40 am – 1:10 pm

Descripción

Proporcionar al estudiante las técnicas de análisis y conceptos avanzados de mercadeo y ventas para entender y ejecutar el proceso de decisión relacionado con la comercialización de bienes y servicios; así como la administración del recurso humano del área de mercadeo y ventas.

Temas a desarrollar:

1. Integración de marketing y ventas
2. Introducción a la administración de ventas
3. Planeación Estratégica: La función de ventas y ventas multicanal
4. Análisis de clientes y mercados
5. Diseño y organización de la fuerza de ventas: reclutamiento, capacitación y desarrollo de la fuerza de ventas
6. Supervisión, administración y liderazgo de la fuerza de ventas.

Director general en Inversiones Moddama SA de CV. Director general en Catálogo Rikeli, El Salvador.

Maestría en Administración de Empresas con especialización en Finanzas, ISEADE FEPADE. Postgrado Internacional en Marketing Management, Universidad del Sur de Florida – ISEADE FEPADE. Ingeniería industrial, Universidad Católica de El Salvador.

MÓDULO V **GERENCIA DE VENTAS** **Y MERCADEO**



MASTER
MAURICIO
RECINOS

El Salvador

Fechas de clases:

Semana Intensiva

del 13 al 18 y 24-25 junio

Horario:

Días de semana:

6:30 pm – 9:30 pm

Sábados: 9:00 am – 12:00 m

2:00 pm – 5:00 pm

Descripción

Mostrar a los estudiantes una guía lógica para el desarrollo de productos, los diferentes métodos para estimular la creatividad, así como ejemplos y prácticas sobre los temas enseñados. Al final del curso el alumno deberá ser capaz de:

- Explicar los aspectos básicos que conforman un producto.
- Dominar al menos un proceso para el desarrollo de nuevos productos.
- Comprender cómo estimular su propia creatividad.

Temas a desarrollar:

1. Importancia del Producto: clasificación y estrategias de productos
2. Definición y sistemas para crear nuevos productos
3. Desarrollo de productos nuevos: modelos “paso a paso”
4. Creatividad y generación de ideas
5. Aplicación de un sistema mixto para desarrollar nuevos productos.

Director de Consultoría. Socio de eTalent Prole S.A. de C.V. Doctorado en administración, especialidad en desarrollo organizacional, Universidad La Salle. Maestría en Calidad y Productividad, Universidad La Salle. Ingeniero químico petrolero, Instituto Politécnico Nacional.

MÓDULO VI **DESARROLLO DE** **NUEVOS PRODUCTOS**



DOCTOR
MARIO
ARÁMBULA

México

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

1

INICIAR SU PROCESO DE INSCRIPCIÓN LLENANDO EL FORMULARIO DE SOLICITUD

2

ENVIAR SU DOCUMENTACIÓN EN FORMATO DIGITAL:

- DUI (revés y derecho)
- Título Universitario
- NIT (únicamente para persona jurídica)

3

COMPLETAR SU USUARIO ONLINE Y CANCELA PRIMERA CUOTA DEL PROGRAMA

INSCRÍBETE AQUÍ

CONTÁCTANOS

E-mail: contacto@iseade.edu.sv
Whatsapp: 7971-9877 / 7340-6337 / 7979-2843

